

Sugerowany program praktyk wydawniczych dla studentów kierunku edytorstwo II stopnia

Czas trwania praktyk: 60 godzin

Studentom specjalizacji Współczesne wydawnictwo zaleca się odbycie praktyk po 2 lub 3 semestrze, a studentom specjalizacji Edytorstwo elektroniczne i Przygotowanie publikacji – po 3 semestrze.

Specjalizacja Edytorstwo elektroniczne – podstawowe zagadnienia:

1. struktura firmy, profil i tematyka przygotowywanych tekstów, perspektywy rozwoju firmy,
2. organizacja pracy w firmie: umowy, pozyskiwanie tekstów/tytułów, ich opracowanie itp.,
3. opracowanie redakcyjne i adiustacja językowa tekstów (w portalach internetowych) – zajęcia praktyczne,
4. konwersja e-booków; poznanie docelowych formatów plików i używanych programów (w firmach zajmujących się tworzeniem książek elektronicznych) – zajęcia praktyczne,
5. sposoby dystrybucji oraz badania rynku książek elektronicznych/funkcje portali internetowych,
6. działania marketingowe – promocja, sprzedaż.

Specjalizacja Projektowanie publikacji – podstawowe zagadnienia:

1. struktura firmy, profil i tematyka przygotowywanych tekstów, perspektywy rozwoju firmy,
2. organizacja pracy w firmie: umowy, kontakty z autorami oraz grafikami/operatorami DTP,
3. przygotowywanie makiet, projektów okładek, akcydensów reklamowych, obróbka grafiki, przygotowanie plików do druku itp. – zajęcia praktyczne,
4. kontakt z drukarnią, korekta plików do druku, ocena i wybór materiałów poligraficznych wykorzystywanych w produkcji książki – zajęcia praktyczne,
5. współpraca z innymi pracownikami wydawnictwa, poznanie całego procesu wydawniczego,
6. działania marketingowe – promocja, sprzedaż.

Specjalizacja Współczesne wydawnictwo – podstawowe zagadnienia:

1. organizacyjna wydawnictwa, jego profil tematyczny, dotychczasowy dorobek oraz program rozwoju, struktura organizacyjna wydawnictwa, jego profil tematyczny, dotychczasowy dorobek oraz program rozwoju,
2. kalkulacja kosztów książki: przed rozpoczęciem prac redakcyjnych, w ich trakcie i kalkulacja ostateczna,
3. prognozowanie i planowanie w wydawnictwie,
4. pozyskiwanie tytułów, recenzje wewnętrzne i zlecane, przygotowywanie umów wydawniczych,
5. organizacja i koordynacja prac zleconych: korektorów, grafików, łamaczy, kontakt z drukarnią,
6. działania marketingowe – promocja, sprzedaż.

Przy dużym zróżnicowaniu przedsiębiorstw wydawniczych, zarówno pod względem wielkości, struktury organizacyjnej, jak i profilu tematycznego publikacji, przygotowany program praktyk ma z konieczności charakter ramowy i zawiera tylko bardzo ogólny wybór zagadnień. Studenci w czasie praktyki powinni poznać nie tylko poszczególne etapy pracy nad książką, ale także wszelkie problemy, z jakimi stykają się wydawcy.

Liczymy na to, że opiekunowie praktykantów wykorzystają możliwości swojej firmy do poszerzenia, wzbogacenia i uatrakcyjnienia treści tego programu.